



**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
**«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ГИДРОМЕТЕОРОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

Кафедра инновационных технологий управления в государственной
сфере и бизнесе

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА

(бакалаврская работа)

На тему Проект по развитию нового бизнес-направления компании

Исполнитель Морозова Алина Андреевна

Руководитель кандидат экономических наук, доцент

Каткова Татьяна Владимировна

«К защите допускаю»

И.о. заведующего кафедрой

кандидат экономических наук, доцент
Семенова Юлия Евгеньевна

05 » июня 2024г.

Санкт-Петербург
2024

Оглавление

	Стр.
Введение.....	3
1 Теоретические основы разработки проектов для развития новых бизнес-направлений	4
1.1 Сущность и значение бизнес-направлений на предприятии	4
1.2 Особенности разработки проектов формирования новых бизнес-направлений.....	11
2 Анализ направлений деятельности ООО «ЕВРОТЕК».....	24
2.1 Организационно-экономическая характеристика деятельности ООО «ЕВРОТЕК».....	24
2.2 Анализ направлений деятельности ООО «ЕВРОТЕК».....	31
3 Разработка проекта по развитию нового бизнес-направления ООО «ЕВРОТЕК»	43
3.1 Планирование проекта по развитию нового бизнес-направления ООО «ЕВРОТЕК».....	43
3.2 Оценка рисков и возможностей проекта	51
Заключение	56
Список использованной литературы.....	58

Введение

Направление бизнеса – это стратегическое понятие, которое определяет основную сферу деятельности предприятия или организации. Направление бизнеса не только помогает определить уникальность компании, но и определяет ее конкурентоспособность на рынке. От правильного выбора направления зависит успех и прибыльность предприятия.

Актуальность данной работы заключается в том, что в современных условиях развития бизнеса компании сталкиваются с необходимостью постоянного поиска новых возможностей для увеличения своей прибыльности и конкурентоспособности. Развитие нового бизнес-направления может стать одним из способов достижения этой цели. Поэтому исследование и разработка проекта по развитию нового бизнес-направления компании имеет большое значение для практики управления бизнесом.

Основной целью выпускной квалификационной работы является разработка проекта по развитию нового бизнес-направления компании.

Для достижения поставленной цели, необходимо решить следующие задачи:

1. Исследовать теоретические основы разработки проектов по развитию новых бизнес-направлений.
2. Провести анализ направлений деятельности ООО «ЕВРОТЕК».
3. Разработать проект по развитию нового бизнес-направления ООО «ЕВРОТЕК».

Объект исследования – ООО «ЕВРОТЕК».

Предмет исследования – процессы разработки проекта по развитию нового бизнес-направления ООО «ЕВРОТЕК»

1 Теоретические основы разработки проектов для развития новых бизнес-направлений

1.1 Сущность и значение бизнес-направлений на предприятии

В современных условиях динамично развивающейся экономики предприятиям необходимо постоянно адаптироваться к изменениям внешней среды и искать новые пути развития. Одним из эффективных инструментов для этого является формирование и управление бизнес-направлениями. Бизнес-направление представляет собой совокупность взаимосвязанных видов деятельности, направленных на удовлетворение потребностей определенного сегмента рынка и достижение конкретных целей. Данный раздел посвящен исследованию сущности и значения бизнес-направлений на предприятии.

Бизнес-направление можно определить как относительно самостоятельную сферу деятельности предприятия, которая имеет собственные цели, задачи, ресурсы и механизмы управления. Оно объединяет группу продуктов, услуг или проектов, которые имеют общие характеристики, целевую аудиторию и рыночную позицию. Выделение бизнес-направлений позволяет предприятию специализироваться в определенных областях, повышать эффективность деятельности и адаптироваться к постоянно меняющимся условиям рынка.

Главная цель любого бизнеса — генерация прибыли. Это то, что отличает его от других сфер деятельности и работы на общественных началах. Если дело не приносит дохода, оно прекратит свое существование — скорее раньше, чем позже.

«Есть три основных направления предпринимательства:

- Производство материальных благ;
- Торговля (перепродажа);
- Услуги.

Разумеется, такое деление весьма условно»[11]. Есть много компаний, которые работают одновременно по двум направлениям — или даже по трем. Гуру экономической науки выделяют еще такие разновидности бизнеса, как финансовый, страховой и посреднический. Но мы будем считать их подвидами сферы услуг.

Остановимся подробнее на каждом виде.

Традиционно производство считается самым сложным. Оно требует от предпринимателя наибольших усилий и затраты ресурсов. Экономическая наука бескомпромиссно заявляет, что для производственного бизнеса необходимо сочетание пяти факторов. Вот они:

- Земля — земельный участок и любые природные ресурсы, которые дарит нам планета;
- Капитал — деньги и все ценности, созданные (построенные) человеком;
- Труд — работники с необходимыми навыками;
- Информация — любые знания и сведения, без которых производство невозможно запустить;
- Предпринимательский талант.

«Многие компании, ориентированные исключительно на создание товаров, не занимаются их распространением. Конечный потребитель получает продукт через посредников»[9].

При таком подходе обратную связь о качестве продукта и потребностях клиентов получать непросто. Он оправдан только при производстве товаров, пользующихся постоянным безусловным спросом — например, продуктов питания или бытовой химии. И то лишь при отсутствии острой конкуренции.

Если же спрос эластичен, то есть сильно зависит от конкретных обстоятельств, то, возможно, эффективнее будет симбиоз производства с торговлей и/или услугами. В качестве последних может выступать сервисное обслуживание товара или доставка.

В торговле все значительно проще. Не обязательно иметь уникальные навыки и глубокие знания по производству товара, строить цеха и закупать сырье и заготовки.

В самом примитивном варианте достаточно найти такой товар, на который есть высокий спрос и который можно где-нибудь приобрести дешевле, чем в ближайшем магазине. Далее вы закупаете некоторый объем этого товара по оптовой цене и продаете уже по более высокой розничной.

Конечно, здесь свои сложности. Так, для первой закупки требуется определенная (чаще всего существенная) сумма денег, которой у вас может не быть. К счастью, эту проблему можно решить при помощи банковского займа.

Наконец, можно продавать не только товары, но и свои знания и навыки. Если вы признанный эксперт и умеете свою экспертность продать, то возможности по генерации прибыли ограничены лишь спросом на ваши знания. При этом затраты будут минимальными.

Разумеется, торговля знаниями (экспертностью) - лишь одно из направлений крайне широкой сферы услуг. Еще один пример - продажа эффективной бизнес-модели по франшизе. «Экспертность - это совокупность профессиональных знаний и умений в определённой конкретной отрасли. Она подразумевает то, что специалист постоянно совершенствуется в своём направлении, имеет большой опыт, актуализирует и использует все свои знания на практике»[20].

Однако чаще услуги обещают более умеренные перспективы, хотя также бывают весьма прибыльными.

Бизнес-направления играют важную роль в деятельности предприятия, поскольку они:

- Повышают эффективность использования ресурсов (материальных, финансовых, трудовых);
- Улучшают координацию и управление деятельностью;
- Сокращают риски и обеспечивают диверсификацию бизнеса;

- Создают возможности для роста и развития предприятия;
- Повышают конкурентоспособность на рынке.

«Бизнес-портфель представляет собой совокупность бизнес-единиц, проектов, продуктов, услуг и активов, которыми бизнес владеет или управляет. Он включает в себя все виды деятельности, которые осуществляют для достижения своих стратегических целей и миссии»[16]. В стратегическом управлении приоритетным по важности является анализ портфеля деловой активности. При проведении такого анализа компания любой специализации должна определить для себя важнейшие направления деятельности и дальнейшего развития. При таком определении часть невыгодных ходов, которые являются для компании убыточными, корректируется и заменяется более подходящими вариантами развития. Новые виды деятельности способны значительно расширить бизнес-портфель компании.

Бизнес-портфель представляет собой сочетание отдельных элементов, из которых складывается собственность бизнеса – все элементы бизнес-портфеля реализуются в рамках исключительно компании. Основной задачей любой компании, специализирующейся на производстве товаров либо услуг, является разработка и реализация создания бизнес-портфеля, максимально точно сочетаемого со спецификой работы компании. Бизнес-портфель в ряде случаев также способствует исследованию наиболее перспективных отраслей в компании, определяет возможный рынок сбыта.

Анализ бизнес-портфеля является одним из важнейших элементов, составляющих стратегическую основу работы компании. При анализе бизнес-портфеля все его составляющие анализируются комплексно. Что характерно, именно комплексный подход при анализе позволяет как определить ключевые направления работы компании, так и предостеречь компанию от неприбыльных вложений.

Анализ бизнес-портфеля обеспечивает наиболее полное понимание специфики деятельности компании. При этом освещаются различные стороны взаимодействия тех или иных частей, составляющих бизнес, формирующих

его комплексное обозрение. В результате проведения анализа бизнес-портфеля, в частности, может быть определена хозяйственная деятельность компании, также определяются приоритетные по выгодности направления. Таким образом, при успешно проведенном анализе бизнес-портфеля значительно сокращаются риски неоправданных трат при развитии и продолжении деятельности бизнеса, невыгодного инвестирования также удастся избежать. Важно отметить, что анализ бизнес-портфеля тесно связан с конкурентоспособностью, позволяя выявлять ее особенности как на этапе планирования открытия бизнеса, так и в уже существующих компаниях.

Правильно разработанный и адаптировавшийся к текущей ситуации на рынке бизнес-портфель оказывается достаточно сбалансированным для того, чтобы вести гармоничный учет доходов и расходов компании, позволяющий обеспечить ей гарантированное увеличение прибыли. В случае наиболее корректной реализации бизнес-портфеля компания будет получать повышенную прибыль на постоянной основе. Также благодаря грамотному анализу бизнес-портфеля определяются возможные риски компании, особенности инвестирования, обновление частей компании, нуждающихся в проведении оптимизации рабочего процесса.

Для анализа бизнес-портфеля характерной является всеохватность: все элементы бизнес-портфеля для оптимизации рабочего процесса должны рассматриваться комплексно. В анализе бизнес-портфеля традиционно принято выделять шесть шагов.

Первым шагом анализа бизнес-портфеля является определение специфики различных уровней в рассматриваемой компании. Взаимодействие различных уровней компании формирует стабильность и слаженность ее работы. Соответственно, важен учет процесса производства на всех этапах – от реализации готового продукта до самой организации рабочего процесса.

Второй шаг анализа бизнес-портфеля представляет собой выделение стратегических единиц компании (либо, в ряде случаев, стратегических единиц бизнеса). «Стратегические единицы бизнеса, также известные по

аббревиатуре СЕБ, отвечают за разработку стратегий в компании. При этом характерно, что СЕБ часто охватывают множество продуктов, производимых компанией»[12].

Сущность третьего шага анализа бизнес-портфеля заключается в определении необходимых параметров матриц, составляющих в совокупности бизнес-портфель. При этом крайне важным является выбор переменных, на основе которого и проводится анализ бизнес-портфеля. В частности, оценивание выгодности при инвестировании в компанию может быть основано не только на ожидаемом уровне прибыльности, но и на динамике роста рынка. Важными при расчете также оказываются общий объем рыночных условий, характерно, что обычно при анализе бизнес-портфеля учитываются и особенности расположения открываемой компании, важен становится и отраслевой аспект региона.

Четвертый шаг анализа бизнес-портфеля представляет собой сбор необходимых данных для стратегического планирования развития либо открытия бизнеса. В эти данные обычно входит анализ перспективности работы в предполагаемой отрасли, учитываются риски отраслевого характера, связанные с особенностями развития отрасли в данном регионе. При анализе перспективности отрасли чрезвычайно важным становится аспект конкуренции: при крайне высокой конкурентоспособности компаний схожего профиля в регионе риски могут быть слишком велики. За пределы отраслевого характера, впрочем, уходит оценивание возможностей открываемой компании: сложности индивидуального характера при анализе бизнес-портфеля также имеют место, так как каждая компания характеризуется собственными особенностями организации рабочего процесса, что не всегда может быть выгодно для реализации и развития проекта. В частности, принципиально важными оказываются ресурсная и кадровая составляющие бизнес-проекта: при дефиците ресурсов и/или квалифицированных кадров развитие компании будет практически невозможным.

Сущность пятого шага заключается в составлении бизнес-портфеля компании на текущий момент, что позволит спрогнозировать возможности компании в будущем, ее продуктивность и прибыльность. При этом крайне важным становится учет динамики изменения матриц, так как это позволяет стратегически оценивать перспективы деятельности компании. Динамика изменения матриц может быть охарактеризована четырьмя возможными сценариями развития. В первом сценарии действующие направления компании оказываются подвержены изменениям. Во втором сценарии среда развития компании окажется благоприятной. Третий сценарий строится на тактике, применяемой компанией при формировании неблагоприятных условий. Сущность четвертого сценария заключается в отражении наиболее выгодного положения ведения бизнеса.

Меры прогностического характера принимаются, как правило, для соответствия компании поставленным целям при реализации определенной тактики. Важно учитывать при этом и общее состояние бизнес-портфеля, которое также может быть спрогнозировано. Необходимы четкое понимание охвата бизнес-портфеля, учет количества и величины рисков при реализации установленной программы, подсчет гарантированно доходных и выгодных продуктов компании и прибыли. Уязвимость бизнес-портфеля также должна приниматься в учет. Благодаря проведению анализа бизнес-портфеля обычно становятся ясны перспективы планируемого к открытию проекта.

Шестым шагом является прогнозирование наиболее выгодной и перспективной части бизнес-портфеля, которая окажется гарантированно прибыльной и будет способствовать четкому достижению поставленных целей. Безусловно, стоит учитывать, что матрицы, являясь инструментом прогнозирования, могут только подсказать перспективы проекта, однако не предложат необходимых мер для благоприятного исхода реализации компании. Соответственно, в таких случаях оказывается необходимой работа менеджмента, позволяющая правильно построить стратегии развития. В анализе бизнес-портфеля обычно оказываются учтены следующие матрицы:

- портфельная матрица Бостонской консультационной группы (матрица БКГ);

- матрица «Дженерал Электрик – МакКинзи».

Портфельный анализ является важным, но не единственным инструментом стратегического управления. Он не заменяет ни стратегического планирования как составляющей стратегического управления, ни стратегического управления в целом. Данное заключение имеет важное методологическое значение, так как достаточно часто роль портфельного анализа бизнесов преувеличивается. «Без наличия эффективной стратегии компании и согласованного понимания между ее собственниками, руководством и персоналом о том, как добиться конкурентных преимуществ на рынке сбыта, невозможно представить устойчивое развитие бизнеса»[3].

Бизнес-направления являются основой для эффективного функционирования и развития предприятия в современных условиях. Они позволяют компании специализироваться в определенных областях, повышать качество продуктов и услуг, оптимизировать использование ресурсов и адаптироваться к постоянно меняющемуся рынку. Понимание сущности и значения бизнес-направлений имеет большое практическое значение для руководителей и специалистов предприятий, стремящихся повысить эффективность деятельности и обеспечить устойчивое развитие в долгосрочной перспективе.

1.2 Особенности разработки проектов формирования новых бизнес-направлений

Создание новых бизнес-направлений является важным двигателем роста и развития для предприятий. Однако разработка проектов формирования новых бизнес-направлений отличается от традиционных проектов и требует учета уникальных особенностей и вызовов. Этот раздел посвящен изучению специфических характеристик, связанных с разработкой проектов

формирования новых бизнес-направлений, включая анализ неопределенности, оценку рисков и необходимость инноваций.

Новое бизнес-направление представляет собой новый или существенно измененный продукт, услугу или бизнес-модель, которая отличается от существующих предложений компании. Оно может быть основано на новых технологиях, клиентах, рынках или способах создания и доставки ценности.

В отличие от существующих продуктов/услуг, новые бизнес-направления обычно требуют значительных инвестиций, разработок и маркетинговых усилий. Они также сопряжены с более высоким уровнем риска, поскольку не имеют проверенного спроса или рынка.

Каждая компания стремится развиваться. Некоторые компании выбирают развитие в одной отрасли, пошагово завоевывая рынок в определенном сегменте. Другие же, напротив, развивают различные направления.

Таблица 1.1 - Плюсы и минусы диверсификации

Минусы диверсификации	Плюсы диверсификации
Наличие проблем планирования и бюджетирования развития различных бизнес-направлений	Хорошая финансовая устойчивость компании в случае кризисных явлений, рейдерских захватов
Плохая управляемость различных не связанных друг с другом направлений бизнеса	Возможность эффективного распределения денежных средств между направлениями с целью инвестирования в новые виды бизнеса
Риски инвестирования в убыточные направления бизнеса и компании, что снизит общую прибыль и доходность компании	Появление ассортиментных преимуществ перед другими компаниями в связи с возможностью предложения новых услуг, товаров, расширенного ассортимента
Возникновение сложностей в централизации процессов и расчетов между различными бизнес-направлениями	Возможность заимствований между различными компаниями, направлениями

В России чаще всего встречается связанная диверсификация. Например, компания, которая занимается производством программного обеспечения для компьютеров, открывает новое направление, связанное с разработкой компьютерных игр, приложений для мобильных телефонов. Или же авиакомпания открывает подразделение, обеспечивающее техническое обслуживание самолетов, а также подразделение, обеспечивающее страхование.

«Преимуществом связанной диверсификации является то, что фактически новое направление связано с основным видом бизнеса, компания не будет тратить дополнительные средства на приобретение аналогичных услуг или товаров у конкурентов, следовательно, сохранит конкурентное преимущество»[13]. Еще одним преимуществом является использование возможностей смежной отрасли. Одним из видов связанной диверсификации является расширение производственной цепочки.

Реже встречается несвязанная диверсификация. Такой вид диверсификации является более рискованным, поскольку компания начинает развивать вид деятельности, прямо не связанный с основным производством, следовательно, тяжелее спрогнозировать риски, привязать вспомогательное производство к основному виду деятельности. Вместе с тем принцип такой диверсификации заключается в развитии самого перспективного на данный момент направления бизнеса, которое представляет наибольший интерес для владельца. Более подробно плюсы и минусы диверсификации разобраны в таблице 1.1.

В вопросе диверсификации бизнеса очень важны процессы планирования и бюджетирования. Планируя создание нового направления в бизнесе и диверсификацию, следует спланировать не только возможные экономические выгоды от создания нового направления, но и затраты, связанные с созданием, а также возможные риски.

В последнее время все большее развитие получают сделки слияний и поглощений. Преимущество приобретения готового бизнеса заключается в

быстром выходе на целевой рынок, наличии налаженных бизнес-связей, покупателей товаров, услуг. Кроме того, снижаются затраты, связанные с необходимостью приобретения новых станков, оборудования, технологического опыта, а также затраты на рекламу. В качестве рисков можно назвать риск покупки готового бизнеса с долгами и риск переоценки стоимости приобретаемой компании.

В случае создания новой компании она будет органично встроена «под зонтик» всей корпорации. Вместе с тем в этом случае при планировании затрат необходимо предусмотреть не только затраты на создание нового бизнес-направления, но и на создание каналов сбыта, затраты на рекламу. Кроме того, новая организация должна будет преодолеть барьеры на входе, осуществить капиталовложения в новые производственные мощности, наладить снабжение, нанять и подготовить персонал, создать каналы распределения, расширить потребительскую базу. Зато в данном случае отсутствуют риски, связанные с выявлением долгов, и иные риски, связанные с приобретением готового бизнеса.

Совместные предприятия являются удобным способом получения доступа к новым бизнесам, по крайней мере, в ситуациях трех типов. Во-первых, «совместное предприятие - это предприятие, корпорация или иное объединение, образованное двумя или большим числом юридических и физических лиц, объединивших усилия с целью создания долгосрочного прибыльного бизнеса»[7]. Во-вторых, создание совместных предприятий имеет смысл, когда результатом объединения ресурсов и опыта двух или нескольких независимых компаний является организация, обладающая всем необходимым, чтобы стать мощным конкурентом. В этом случае каждый из партнеров привносит знания и ресурсы, которых нет у других и которые необходимы для достижения успеха. В-третьих, совместные предприятия с иностранными партнерами - порой единственный или наилучший путь преодоления импортных квот, тарифов, национальных и политических интересов, культурных преград.

При этом следует помнить о том, что, не имея контрольного пакета акций, компания не может принимать решения, не может рассчитывать на получение 100 % прибыли. Расходы будут меньше, чем в случае сделок слияния или поглощения и создания новой компании, но и доходы будут меньше.

В результате руководство компании принимает решение о создании компании на базе действующего бизнеса.

Среди рисков ошибок в планировании можно назвать следующие:

- Недооценка затрат на создание, приобретение бизнеса;
- Переоценка получаемой прибыли;
- Наличие скрытых рисков (невостребованность нового продукта на рынке, инфляционные ожидания, отсутствие конкурентных преимуществ).

Вместе с тем следует отметить, что особенности планирования могут быть связаны не только и не столько с открытием нового направления, сколько с повседневным планированием деятельности диверсифицированной компании или группы компаний.

Основной особенностью планирования в диверсифицированных компаниях является необходимость учета отраслевых особенностей в планировании. К сожалению, часто планирование различных направлений бизнеса осуществляется по одинаковому принципу, при этом не учитываются ни уровень заработной платы, ни средняя рентабельность по отраслям, ни особенности формирования затрат в конкретной области.

При планировании фонда оплаты труда в различных подразделениях, филиалах, компаниях, представляющих собой единый бизнес, следует учитывать, что заработная плата специалистов различных структурных единиц бизнеса может значительно варьироваться. Все зависит от спроса на конкретных специалистов на рынке, уникальности специалистов, средней заработной плате по отрасли.

Негативными последствиями неправильного планирования фонда оплаты труда в различных отраслях в диверсифицированной компании могут стать:

- Повышение текучки кадров;
- Невозможность привлечения высококвалифицированных специалистов;
- Неправильное планирование годовых затрат на содержание персонала.

Кроме того, в различных отраслях будут различаться статьи расходов.

Бизнес может быть диверсифицирован не по отраслям, а географически. Это связано с желанием учредителей и руководителей расширить географическое присутствие или воспользоваться налоговыми преференциями офшорных юрисдикций.

Следует отметить, что диверсификацию по географическому принципу часто применяют в российских компаниях.

При планировании деятельности таких компаний необходимо учитывать следующую специфику:

- Стоимость рабочей силы за рубежом;

Если говорить о планировании фонда оплаты труда, то следует отметить, что, безусловно, расходы на оплату труда сотрудников в Америке и Европе будут больше, чем в Азиатско-Тихоокеанском регионе.

- Налогообложение;

В различных странах различаются ставки корпоративного налога, налогов с заработной платы. Поэтому при планировании открытия нового направления деятельности необходимо оценить преимущества и недостатки той или иной юрисдикции. Очень важно оценить не только количественные ставки налогов в различных странах, но и мировые рейтинги относительно налогообложения в различных странах.

- Цены на различные товары, услуги;

Стоимость материалов, оборудования, арендной платы в различных странах также отличается. В этой связи при диверсификации компании по географическому признаку следует учитывать затраты в конкретной юрисдикции. Во избежание ошибок компания может привлечь зарубежного специалиста по планированию, который четко представляет специфику работы в конкретной стране.

- Специфические затраты.

В различных странах законодательством могут быть предусмотрены различные сборы, которые отсутствуют в других странах (например, лицензионный или гербовый сбор). Их также нужно учитывать при расширении бизнеса за рубеж.

Инновации и предпринимательство играют решающую роль в процессе создания новых бизнес-направлений. Инновации обеспечивают новые идеи и технологии, а предпринимательство - смелость и решимость воплощать эти идеи в жизнь.

Инновационные идеи могут возникать в результате исследований и разработок, анализа рынка или творческого мышления. Предприниматели затем принимают на себя риски и инвестируют в эти идеи, разрабатывают бизнес-модели и запускают новые бизнес-направления.

Эффективное сочетание инноваций и предпринимательства позволяет предприятиям разрабатывать новые бизнес-направления, которые удовлетворяют потребности клиентов и создают долгосрочную стоимость для компании.

В современном мире на деятельность компаний все больше влияет внешняя среда, поэтому для успешного развития бизнеса собственники и руководители любой компании должны постоянно оценивать изменения внешней среды, периодически генерировать бизнес-идеи, направленные на улучшение существующей деятельности или запуск новых направлений бизнеса.

Поскольку такие идеи служат основой для проектирования нового бизнеса или обоснования открытия нового направления в существующем бизнесе, их нужно разрабатывать с учетом потребностей рынка и возможностей компании.

Для оценки перспективности новых бизнес-идей необходимо использовать инструменты стратегического анализа и бизнес-планирования.

Стратегический анализ позволяет понять:

- В каком направлении предпочтительно развивать бизнес компании;
- Какая продукция или услуга наиболее востребована на рынке сбыта;
- Кто будет потенциальным потребителем новых продуктов или услуг компании;
- В чем конкурентные преимущества новых продуктов или услуг компании;
- Какая маркетинговая стратегия позволит успешно реализовать идею по развитию бизнеса.

Оценка потенциала бизнес-идеи состоит из четырех этапов.

Этап 1. Стратегический анализ бизнес-идеи.

Стратегический анализ включает в себя несколько этапов и методов оценки, которые изображены на рисунке 1.1:

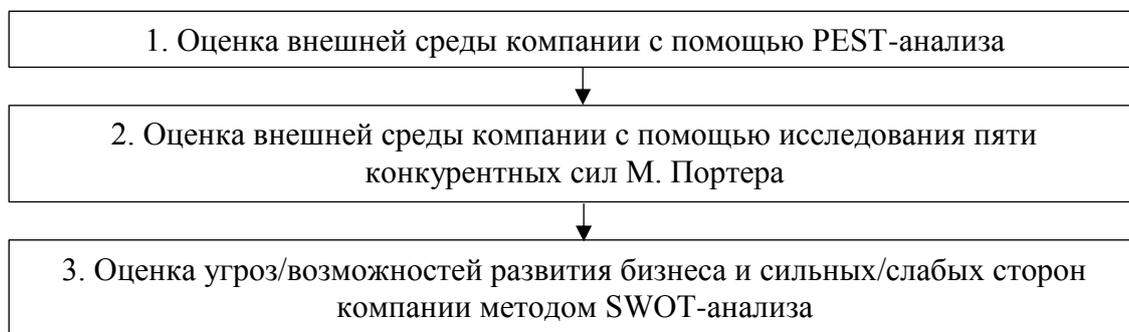


Рисунок 1.1 - Этапы стратегического анализа

Метод PEST-анализа заключается в оценке влияния четырех групп макроэкономических факторов (политических, экономических, социальных и технологических), которые могут оказать влияние на реализацию предлагаемой бизнес-идеи.

Метод оценки пяти конкурентных сил по М. Портеру является одним из наиболее распространенных способов исследования микроэкономических факторов влияния на результаты деятельности компании. Структура оценки пяти конкурентных сил графически представлена на рисунке 1.2.

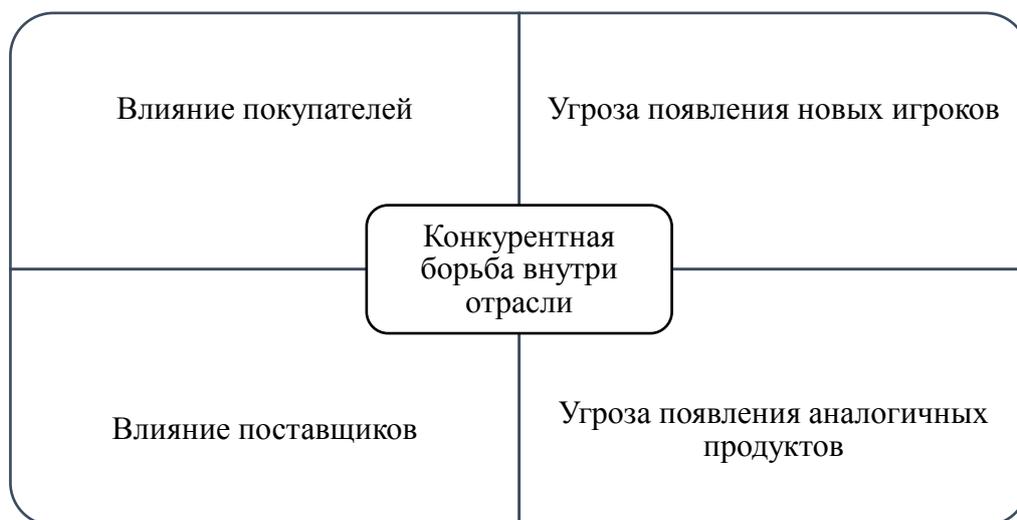


Рисунок 1.2 - Структура оценки пяти конкурентных сил

В ходе SWOT-анализа на основе оценки внешней среды бизнеса определяют возможности и угрозы для реализации предлагаемой бизнес-идеи, а на основе оценки внутренней среды выявляют сильные и слабые стороны деятельности компании, которые будут влиять на результаты реализации бизнес-идеи.

В процессе данного анализа сначала формируют перечень наиболее значимых факторов, а затем определяют степень их взаимовлияния на успешность реализации предлагаемого проекта.

Степень влияния в зависимости от количества факторов можно определять по трехбалльной (слабое, среднее, сильное) и пятибалльной шкале

(нет влияния, слабое влияние, умеренное влияние, значительное влияние, сильное влияние).

Этап 2. Оценка вариантов реализации бизнес-идеи.

По итогам стратегического анализа определяют возможные варианты реализации бизнес-идеи по развитию нового бизнеса.

Этап 3. Бизнес-планирование.

Чтобы определить наиболее перспективный с экономической точки зрения вариант реализации бизнес-идеи, производится бизнес-планирование с расчетом финансового результата и сроков окупаемости предлагаемых вариантов.

Этап 4. Утверждение бизнес-проекта.

После выбора варианта реализации бизнес-идеи компания утверждает проект создания нового бизнеса.

Можно констатировать, что бизнес-планирование:

- Выступает одним из этапов процесса оценки идей по развитию бизнеса;
- Производится после стратегического анализа бизнес-идеи и оценки возможных вариантов ее реализации;
- Предназначено для выбора наиболее экономически выгодного варианта реализации бизнес-идеи и служит основой для утверждения проекта по созданию нового или развитию существующего бизнеса.

Поскольку бизнес-план есть не что иное, как план развития с присущими только ему целями, ни один из других видов планов не заменяет бизнес - планирования. В то же время бизнес-план подчинен общему стержню системы планов предприятия и соответствует общим принципам планирования.

Тщательно подготовленный и составленный план бизнеса открывает перспективу его развития, то есть отвечает на самый важный вопрос: стоит ли вкладывать силы и средства в это дело, принесет ли оно такую прибыль, которая окупит все затраты.

Рассмотрим и кратко охарактеризуем основные разделы бизнес-плана.

1. Титульная страница бизнес-планирования.

Именно при просмотре титульного листа у клиента складывается первое впечатление о проекте. Поэтому, документ должен быть лаконичным, сдержанным, содержать интересующую вкладчика информацию.

2. Резюме бизнес-плана.

Ознакомившись с информацией общего характера, читатель переходит к следующему разделу – резюме, которое ещё можно назвать бизнес-планом в миниатюре. В резюме описывается инвестиционный проект, а именно: его идеи, действия, которые необходимо сделать для воплощения в жизнь задуманного, требуемые затраты, итоговые показатели (в цифрах), имеющиеся риски.

3. Описание компании.

В этой части нужно описать историю возникновения организации, особенности управления, анализ работы за предшествующие периоды, успехи предприятия и его сотрудников.

4. Описание продукта или услуги.

Именно здесь читатель может узнать об основных характеристиках предлагаемой продукции, услуги, включая: стоимость, потребительские свойства, качественные характеристики, отличительные особенности, в сравнении с аналогами.

5. Маркетинговый анализ.

Предприниматель должен понимать рынок, а также требования, которые он предъявляет к реализуемой продукции. В данном разделе будет оцениваться доход, который принесет бизнес. Как известно, на его развитие оказывает своё влияние промышленность.

6. Стратегия продвижения товара.

В первую очередь, стоит поведать о том, какие же принципы лежат в основе ценовой политики предприятия. Для того чтобы товар был востребован, необходимо проведение рекламной компании. В планировании

следует указать о том, как потребитель узнает о реализуемой продукции фирмы.

7. Производство.

Предприниматель должен сделать акцент на то, что его компания сможет производить достаточное количество товаров высокого качества в оговоренные сроки. Здесь следует описать процедуры, которые будут выполняться для воплощения своей идеи в реальность, используемые производственные мощности.

8. План по персоналу.

Здесь указывается, какие именно специалисты потребуются при ведении дел: их образование, опыт работы, профиль, предполагаемая заработная плата. Если в штате уже работают сотрудники, потребуются их биографические справки.

9. Организационная структура и управление.

В этой части плана следует раскрыть особенности организации труда персонала, их род занятий. Должен указываться количественный и качественный состав подразделений компании, требования к квалификациям, расчет заработной платы, поощрений руководителям, социальное обеспечение.

10. Финансовый план.

Цель данного раздела, показать какие материальные затраты потребуются для того, чтобы реализовать проект. Именно в финансовом плане происходит расчет всех финансовых потоков компании, к которым можно отнести: возможные затраты, прибыль компании, налоги, получаемый от продажи доход.

11. Анализ рисков проекта.

Здесь описываются возможные риски проекта, даются их характеристики, анализируются действия, направленные на устранение проблем. Особенное внимание уделяется тем рискам, вероятность которых очевидна. Существует количественный и качественный анализ. В первом

случае размеры рисков определяются численно. Во втором – определяются факторы, виды рисков, причины их возникновения. Если проблему можно частично устранить, то это уже риски несистематические. К ним можно отнести: невыполнение запланированного объёма работ, неполучение ожидаемого дохода, ценовое изменение.

12. Приложение к бизнес-плану.

В приложение входит документация, на основе которой происходило бизнес-планирование. Благодаря данному разделу вся дополнительная и справочная литература вынесена отдельно

13. Заключение.

В заключительной части необходимо доказать, что инвестиционный проект перспективен и несёт определённые выгоды.

Бизнес-план является важным инструментом для привлечения инвестиций и обеспечения успешной реализации проекта по созданию нового бизнес-направления.

Разработка проектов формирования новых бизнес-направлений является сложной задачей, требующей тщательного планирования, управления рисками и инновационного мышления. Уникальные особенности этих проектов, такие как высокая степень неопределенности и необходимость инноваций, требуют адаптированного подхода к управлению проектами. Понимание этих особенностей и реализация соответствующих стратегий позволяют предприятиям повысить вероятность успеха своих проектов формирования новых бизнес-направлений и создавать долгосрочную стоимость. Интеграция методов анализа, планирования и управления рисками, специально разработанных для проектов формирования новых бизнес-направлений, имеет решающее значение для достижения желаемых результатов. Эффективное управление этими проектами не только способствует росту и развитию предприятий, но и стимулирует инновации и создание новых возможностей для удовлетворения меняющихся потребностей рынка и клиентов.

2 Анализ направлений деятельности ООО «ЕВРОТЕК»

2.1 Организационно-экономическая характеристика деятельности ООО «ЕВРОТЕК»

Компания ООО «ЕВРОТЕК» была основана в 2005 году. За короткий срок она заняла существенную нишу на рынке северо-запада и завоевала доверие наиболее требовательных клиентов.

«Стратегия компании основывается на поставке качественной продукции от проверенных временем производителей. Большинство широко используемых комплектующих ООО «ЕВРОТЕК» поддерживается на собственном складе в Санкт-Петербурге»[28].

Компания «ЕВРОТЕК» - зарегистрирована 25 января 2011 года по адресу 192102, г. Санкт-Петербург, ул. Салова, д. 53, к. 1, литера Н, офис 19/1. Налоговый орган - межрайонная инспекция Федеральной налоговой службы №15 по Санкт-Петербургу.

Реквизиты юридического лица - ОГРН 1117847018190, ИНН 7816504693, КПП 781601001. Регистрационный номер в ПФР - 088015062301, регистрационный номер в ФСС - 781502764678151. Организационно-правовой формой является «Общество с ограниченной ответственностью». Уставный капитал составляет 10 тыс. руб.

Компания ООО «ЕВРОТЕК» является поставщиком гидравлического оборудования ведущих отечественных и зарубежных производителей. Вся продукция с момента заказа и до поступления на склад проходит полную юридическую и техническую проверку. На всё оборудование распространяется гарантия 1 год.

Гидравлическое оборудование - это техническое средство, применяемое для передачи энергии в жидкостной среде. Это оборудование основано на использовании гидравлических принципов, и применяется в различных отраслях промышленности.

Гидравлическое оборудование применяется во многих производственных отраслях. К наиболее востребованным относятся моторы, насосы, клапаны, цилиндры, разъемные/соединительные узлы. Используют их в газовой и нефтехимической промышленности, на строительный и производственных площадках, при обработке металлов, добыче ископаемых, в коммунальном, сельском хозяйствах.

Основным видом деятельности компании «ЕВРОТЕК» является «Торговля оптовая неспециализированная». В таблице 2.1 перечислены дополнительные виды деятельности, которые заявляет организация.

Таблица 2.1 – Дополнительные виды деятельности ООО «ЕВРОТЕК»

33.12	Ремонт машин и оборудования
33.14	Ремонт электрического оборудования
33.20	Монтаж промышленных машин и оборудования
46.19	Деятельность агентов по оптовой торговле универсальным ассортиментом товаров
46.73.1	Торговля оптовая древесным сырьем и необработанными лесоматериалами
46.73.2	Торговля оптовая пиломатериалами
47.19	Торговля розничная прочая в неспециализированных магазинах
52.24	Транспортная обработка грузов
52.29	Деятельность вспомогательная прочая, связанная с перевозками
68.20.2	Аренда и управление собственным или арендованным нежилым недвижимым имуществом
68.3	Операции с недвижимым имуществом за вознаграждение или на договорной основе

Генеральный директор ООО «ЕВРОТЕК» - Мелюков Евгений Павлович.
Учредитель - Созонов Владимир Николаевич.

ООО «ЕВРОТЕК» является представителем оптовой торговли неспециализированными товарами. Эта отрасль включает в себя широкий спектр товаров, не ограничиваясь определенной категорией продукции. В

основном, компании этой отрасли занимаются закупкой товаров у производителей или других оптовых поставщиков и их последующей продажей розничным или другим оптовым покупателям.

В случае ООО «ЕРОТЕК», которое также ведет деятельность в смежных категориях, таких как аренда и управление недвижимым имуществом, а также ремонт машин и оборудования, можно предположить, что компания занимается неспециализированной оптовой торговлей, включающей в себя различные виды товаров.

Важными аспектами в отрасли оптовой торговли являются эффективное управление запасами, обеспечение качества товаров, конкурентоспособное ценообразование и развитие клиентской базы. Кроме того, в связи с быстрыми изменениями рыночных условий и постоянным развитием новых технологий, компании в этой отрасли также должны быть гибкими и адаптивными к изменениям.

В целом, отрасль оптовой торговли предоставляет компаниям широкие возможности для развития и роста, особенно в контексте правильного управления, стратегического планирования и постоянного мониторинга рыночных тенденций.

Основными конкурентами ООО «ЕВРОТЕК» на рынке гидравлических и пневматических силовых установок и двигателей являются:

- ООО «Промгидравлика» - небольшой, но динамично развивающийся производитель гидравлических компонентов и систем, специализирующийся на изготовлении продукции по индивидуальным заказам;
- ООО «АТМ» - производитель гидравлического и пневматического оборудования, предлагающий широкий ассортимент продукции, в том числе насосы, гидроцилиндры и пневмораспределители;
- ООО «ПРОМ-МАСТЕР» - еще один производитель гидравлического и пневматического оборудования, специализирующийся на изготовлении гидроцилиндров, гидростанций и других компонентов;

- ООО «НПО ПРЕССГИДРАВЛИК» - производитель гидравлического оборудования, в том числе прессов, ножниц и гибочных машин;
- ООО «ТЕХНИКА СПБ» - компания, занимающаяся поставкой и обслуживанием промышленного оборудования, в том числе гидравлических и пневматических систем.

Помимо прямых конкурентов, компания также сталкивается с косвенной конкуренцией со стороны поставщиков альтернативных технологий. Но несмотря на высокую конкуренцию ООО «ЕВРОТЕК» занимает 14 место в отрасли по объему выручки среди других компаний и 7 место по стоимости бизнеса.



Рисунок 2.1 - Организационная структура ООО «ЕВРОТЕК»

ООО «ЕВРОТЕК» имеет типичную организационную структуру, которая характеризуется четким разделением обязанностей и функций между различными подразделениями компании. Организационная структура ООО «ЕВРОТЕК» изображена на рисунке 2.1.

Каждое подразделение специализируется на определенных задачах, что способствует эффективной работе всей компании. Такая структура обеспечивает координацию деятельности, улучшает управление и помогает достигать стратегических целей организации. Она также способствует оптимальному использованию ресурсов и повышению производительности труда сотрудников, что в конечном итоге способствует успеху компании на рынке.

Компания ООО «ЕВРОТЕК» числится в реестре малых предприятий. В соответствии с законодательством РФ в категорию малых попадают организации с годовой выручкой до 800 млн. руб. и численностью сотрудников до 100 человек.

В 2023 году организация получила выручку в сумме 313 млн руб., что на 62,5 млн руб., или на 25%, больше, чем годом ранее. По состоянию на 31 декабря 2023 года совокупные активы организации составляли 382 млн руб. Это на 108 млн руб. (на 39,2%) больше, чем годом ранее. Чистые активы ООО «ЕВРОТЕК» по состоянию на 31.12.2023 составили 269 млн руб. Результатом работы ООО «ЕВРОТЕК» за 2023 год стала прибыль в размере 66,9 млн руб. Это на 145,3% больше, чем в 2022 г.

Таблица 2.2 - Основные финансовые показатели ООО «ЕВРОТЕК»

	2021 г	2022 г	2023 г
Выручка	247,48 млн руб.	250,38 млн руб.	312,91 млн руб.
Чистая прибыль	22,02 млн руб.	27,28 млн руб.	66,9 млн руб.
Активы	201,85 млн руб.	274,24 млн руб.	381,85 млн руб.
Капитал и резервы	174,13 млн руб.	201,42 млн руб.	268,85 млн руб.

Подводя итог анализа финансовых показателей ООО «ЕВРОТЕК» за период с 2021 по 2023 годы, изображенных в таблице 2.2, можно отметить положительную динамику во всех ключевых показателях. Выручка компании продемонстрировала стабильный рост, чистая прибыль значительно увеличилась, а также произошло значительное увеличение активов и капитала с периодом времени.

Эти изменения свидетельствуют об успешной стратегии развития и эффективном управлении ресурсами компании, что создает хорошие перспективы для будущего роста и устойчивого развития.

Таблица 2.3 - Финансовый анализ ООО «ЕВРОТЕК» за 2021-2023 годы

	2021 г	2022 г	2023 г
1. Финансовая устойчивость			
1.1. Коэффициент автономии (финансовой независимости)	0.86	0.73	0.70
1.2. Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами	-	-	-
1.3. Коэффициент покрытия инвестиций	0.86	0.73	0.70
2. Ликвидность			
2.1. Коэффициент текущей ликвидности	-	-	-
2.2. Коэффициент быстрой ликвидности	-	-	-
2.3. Коэффициент абсолютной ликвидности	-	-	-
3. Рентабельность			
3.1. Рентабельность продаж	0.09	0.11	0.21
3.2. Рентабельность активов	0.11	0.10	0.18
3.3. Рентабельность собственного капитала	0.13	0.14	0.25

Анализируя данные таблицы 2.3 за период с 2021 по 2023 год, можно сделать вывод о том, что финансовая устойчивость компании ООО «ЕВРОТЕК» снизилась за рассматриваемый период. Коэффициент автономии (финансовой независимости) уменьшился с 0.86 до 0.70, что указывает на

уменьшение доли собственных средств в общем объеме финансирования компании. Коэффициент покрытия инвестиций также сократился с 0.86 до 0.70, что может указывать на уменьшение способности компании покрывать инвестиционные затраты за счет собственных средств.

Относительно ликвидности, не предоставлены данные за рассматриваемый период, что затрудняет анализ данного аспекта. «Ликвидность предприятия — это способность быстро реализовать активы с минимальными потерями. Когда денег не хватает для оплаты текущих расходов, предприятие может что-то продать, чтобы получить оборотные средства»[8].

Рентабельность компании за рассматриваемый период повысилась. Рентабельность продаж увеличилась с 0.09 до 0.21, рентабельность активов с 0.11 до 0.18, а рентабельность собственного капитала с 0.13 до 0.25. Это указывает на улучшение эффективности использования ресурсов и повышение прибыльности деятельности компании.

Таким образом, хотя финансовая устойчивость компании ухудшилась, ее рентабельность улучшилась за рассматриваемый период, что может свидетельствовать о росте эффективности бизнеса в целом.

Согласно данным ФНС (Федеральная налоговая служба), среднесписочная численность работников в ООО «ЕВРОТЕК» за 2023 год составляет 27 человек. В таблице 2.4 приведена статистика среднемесячной зарплаты сотрудников за 2022-2023 годы.

Таблица 2.4 - Среднемесячная зарплата в ООО «ЕВРОТЕК»

2022 г.	25 человек	72,2 тыс. руб.
2023 г.	27 человек	72,6 тыс. руб.

ООО «ЕВРОТЕК» является стабильным и успешным участником рынка оптовой торговли неспециализированными товарами. Анализ основных организационно-экономических аспектов деятельности позволяет сделать

выводы о том, что компания обладает стабильным финансовым положением и хорошо управляет своими ресурсами, что позволяет ей рассматривать новые инвестиционные возможности без серьезных рисков для финансовой устойчивости. Помимо этого ООО «ЕВРОТЕК» уже имеет устойчивые позиции на рынке, что способствует успеху новых проектов. Уже установленные клиентские отношения и доверие к бренду компании, наличие квалифицированных специалистов и доступ к современным технологиям в области производства могут стать преимуществом при внедрении нового бизнес-направления. Установление партнерских отношений с поставщиками и дистрибьюторами открывает дополнительные возможности для расширения клиентской базы и увеличения объема продаж.

В целом, анализ показывает, что ООО «ЕВРОТЕК» обладает всеми необходимыми ресурсами и возможностями для успешного внедрения нового бизнес-направления. Этот шаг позволит компании укрепить свои позиции на рынке и увеличить конкурентоспособность.

2.2 Анализ направлений деятельности ООО «ЕВРОТЕК»

Компания ООО «ЕВРОТЕК» осуществляет деятельность в нескольких ключевых направлениях, основным из которых является оптовая неспециализированная торговля. Помимо этого, компания зарегистрирована в различных категориях ОКВЭД (общероссийский классификатор видов экономической деятельности), что позволяет ей заниматься арендой и управлением недвижимым имуществом, операциями с недвижимостью, ремонтом машин и оборудования, розничной торговлей в неспециализированных магазинах и ремонтом электрического оборудования. В этом разделе будет проведен подробный анализ каждого из этих направлений.

Оптовая неспециализированная торговля включает в себя «оптовую торговлю за собственный счет, за вознаграждение или на договорной основе

(на основе отчисления комиссий), связанную с оптовой торговлей на внутреннем и внешнем рынках (импорт/экспорт)»[1].

Ключевые показатели эффективности (KPI):

- Объем продаж;
- Доля рынка;
- Чистая прибыль;
- Уровень удовлетворенности клиентов;
- Количество повторных заказов.

Оптовая неспециализированная торговля является основным видом деятельности компании и приносит значительную часть выручки. Высокий уровень диверсификации ассортимента позволяет минимизировать риски, связанные с колебаниями спроса на отдельные категории товаров. Основные вызовы включают управление широким ассортиментом и необходимость поддержания высокого уровня обслуживания клиентов.

Для повышения эффективности и конкурентоспособности компании рекомендуется провести оптимизацию складских запасов с целью снижения затрат на хранение, улучшить систему управления взаимоотношениями с клиентами (CRM) для повышения уровня обслуживания и удовлетворённости клиентов, а также инвестировать в маркетинговые кампании для привлечения новых клиентов и расширения клиентской базы.

Деятельность в сфере аренды и управления недвижимым имуществом включает предоставление помещений в аренду, управление и обслуживание зданий и сооружений.

Ключевые показатели эффективности (KPI):

- Уровень заполняемости арендных площадей;
- Доход от аренды;
- Уровень удовлетворенности арендаторов;
- Затраты на управление и обслуживание объектов.

Этот сегмент обеспечивает стабильный доход компании за счет долгосрочных арендных договоров. Основные вызовы включают

поддержание высокого уровня заполняемости и минимизацию затрат на управление имуществом.

Для оптимизации работы и повышения привлекательности объектов рекомендуется проводить регулярные мероприятия по их поддержанию и улучшению, а также разработать гибкую ценовую политику с целью привлечения арендаторов. Кроме того, для улучшения сервиса и привлечения новых арендаторов, стоит ввести дополнительные услуги, например техническое обслуживание.

В большинстве случаев операции, затрагивающие недвижимость, характеризуются как деятельность с привлечением арендодателей, агентов недвижимости либо брокеров. Реализация покупки, продажи либо аренды недвижимого имущества реализуются исключительно через них.

Для определения эффективности производства по заключаемым сделкам следует отдельно выделить ее ключевые показатели. Показатели эффективности сделок в большинстве случаев оказываются ограничены таким списком:

- Количество завершенных сделок;
- Общий объем сделок;
- Комиссионные доходы;
- Уровень удовлетворенности клиентов.

Данный вид деятельности требует высокой квалификации персонала и хорошего знания рынка недвижимости. Основные вызовы включают высокую конкуренцию и необходимость поддержания хороших отношений с клиентами.

Улучшение работы компании напрямую зависит от своевременного принятия мер по повышению квалификации работников, по разработке наиболее продуктивных стратегий развития. Внедрение современных технологий также положительно сказывается на рейтинге и успешности компании среди конкурентов.

Показатели эффективности в аспекте заказов, поступающих в компанию, наиболее часто характеризуются и ранжируются следующим образом:

- 1) По количеству удачно совершенных заказов;
- 2) По среднему времени на выполнение заказа;
- 3) По степени удовлетворенности клиента;
- 4) По получаемой в результате реализации заказов прибыли.

Для обретения большей стабильности в сфере формирования новых заказов видится важной и эффективной разработка программ лояльности, способствующая значительному улучшению контакта с клиентами: клиент, понимая, что в следующий раз гарантированно получит скидку на обслуживание либо получение товара, будет стремиться обращаться в конкретную компанию с программой лояльности.

Также в современном производстве крайне важными являются и ремонтные работы, их надежность должна быть проконтролирована отдельными сотрудниками, отвечающими за качество проведения работ. При стабильности работы производства его эффективность оказывается максимальной. Такие меры позволят обеспечить компании стабильно прибыльное функционирование, обеспечат поддержание внутренней дисциплины.

Розничная торговля в неспециализированных магазинах включает продажу различных товаров конечным потребителям.

Ключевые показатели эффективности (KPI):

- Объем продаж;
- Средний чек;
- Число клиентов;
- Уровень удовлетворенности клиентов.

Этот сегмент позволяет компании охватить широкий круг потребителей и обеспечить дополнительные потоки доходов. Основные вызовы включают управление ассортиментом и поддержание конкурентоспособных цен.

Рекомендуется провести оптимизацию ассортимента, исходя из анализа спроса, ввести программы лояльности и скидок для привлечения и удержания клиентов, а также сосредоточиться на улучшении клиентского сервиса и повышении качества обслуживания, что способствует укреплению позиций компании на рынке и повышению уровня удовлетворенности клиентов.

Деятельность в сфере ремонта электрического оборудования включает техническое обслуживание и ремонт электроприборов и электрооборудования.

Ключевые показатели эффективности (KPI):

- Количество выполненных заказов;
- Среднее время выполнения заказа;
- Уровень удовлетворенности клиентов;
- Чистая прибыль.

Этот сегмент требует высокой квалификации сотрудников и специализированного оборудования для ремонта. Основные вызовы включают обеспечение высокого уровня качества услуг и минимизацию времени ремонта.

Для улучшения эффективности и надежности ремонтных работ, рекомендуется внедрить системы управления качеством, проводить регулярное обучение сотрудников, и разработать программы лояльности для постоянных клиентов. Эти меры позволят повысить профессионализм сотрудников, улучшить качество обслуживания и укрепить долгосрочные отношения с клиентами.

Для надлежащей оценки риска и возможностей компании в условиях современного рынка проведен PEST-анализ, результаты которого представлены в таблице 2.5. «PEST-анализ — это модель для исследования внешнего окружения компании. Чтобы выполнить анализ, нужно описать четыре группы факторов, которые могут повлиять на предприятие»[6]. Таким образом, PEST-анализ играет ключевую роль в стратегическом управлении

компанией, помогая ей эффективно адаптироваться к изменяющимся условиям внешней среды.

Таблица 2.5 - PEST-анализ для ООО «ЕВРОТЕК»

Описание фактора	Влияние фактора	1	2	3	4	5	Средняя оценка	Оценка с поправкой на вес
Политические факторы:								
1. Налоговое законодательство	3	3	4	2	3	2	2,8	0,27
2. Регулирование в сфере торговли	2	2	3	4	2	3	2,8	0,18
3. Политическая стабильность	3	5	4	5	3	4	4,2	0,40
Экономические факторы								
1. Экономический рост	3	4	5	4	3	5	4,2	0,40
2. Инфляция	2	3	4	3	2	2	2,8	0,18
3. Валютные курсы	2	2	4	3	2	3	2,8	0,18
Социальные факторы								
1. Демография	3	3	4	2	3	4	3,2	0,30
2. Тренды потребительского поведения	3	4	5	4	3	5	4,2	0,40
3. Образование и культура	2	3	4	2	3	4	3,2	0,20
Технологические факторы								
1. Инновации в производственных технологиях	3	5	4	5	3	4	4,2	0,40
2. Цифровизация	3	4	5	4	3	5	4,2	0,40
3. Информационная безопасность	2	4	5	4	3	5	4,2	0,27
Общий итог	31						42,8	

В таблице 2.6 факторы PEST-анализа матричного вида располагаются по убыванию на основании проделанных вычислений. Чем выше рассчитанный показатель, тем большего внимания он требует.

Таблица 2.6 - PEST-анализ матричного вида для ООО «ЕВРОТЕК»

Политические		Экономические	
Фактор	Вес	Фактор	Вес
Политическая стабильность	0,40	Экономический рост	0,40
Налоговое законодательство	0,27	Инфляция	0,18
Регулирование в сфере торговли	0,18	Валютные курсы	0,18
Социальные		Технологические	
Фактор	Вес	Фактор	Вес
Тренды потребительского поведения	0,40	Инновации в производственных технологиях	0,40
Демография	0,30	Цифровизация	0,40
Образование и культура	0,20	Информационная безопасность	0,27

После проведения анализа внешней среды с использованием PEST-анализа становится ясно, что компания ООО «ЕВРОТЕК», стоит перед целым рядом вызовов и возможностей. Можно увидеть, что политические и экономические факторы могут оказать существенное влияние на финансовые показатели и операционную деятельность. Важно быть в курсе изменений в законодательстве и регулировании, чтобы адаптировать бизнес-процессы в соответствии с ними.

Социальные тенденции представляют собой важный аспект, учитывая изменяющиеся предпочтения потребителей и требования к товарам и услугам.

Компания должна быть гибкой и адаптивной, чтобы удовлетворять потребности клиентов в быстро меняющейся обстановке.

Технологический аспект также играет ключевую роль в бизнесе. Инновации и цифровые технологии могут быть средством для улучшения процессов компании и повышения конкурентоспособности.

В целом, анализ внешней среды позволяет понять, что ООО «ЕВРОТЕК» должна оставаться внимательной к изменениям в окружающей среде и гибко реагировать на них. Это поможет разработать стратегии развития, которые будут успешно адаптироваться к переменам и обеспечивать рост и процветание бизнеса в будущем.

Следующий метод анализа - это модель «5 сил Портера», позволяющая оценить уровень конкуренции в отрасли и определить потенциальные угрозы и возможности для компании.

Создатель теории утверждает, что каждый из этих факторов оказывает определенное давление на бизнес. В некоторой степени они считаются внешними (поскольку компания никак не может на них повлиять). Однако эксперты в области маркетинга утверждают, что анализ по методу 5 сил Портера все же больше является внутренним, поскольку изучает влияние факторов на конкретную компанию с учетом ее сильных и слабых сторон.

Анализ проводится в разрезе 5-ти факторов, или так называемых сил:

1. Угроза появления новых игроков:

Отрасль оптовой торговли неспециализированными товарами имеет низкий барьер входа, так как нет строгих требований к квалификации или капиталу. Однако, наличие уже установленных компаний существенно затрудняет вход новых игроков на рынок. ООО «ЕВРОТЕК» может использовать свои ресурсы, бренд и клиентскую базу для защиты от угрозы новых участников.

2. Угроза появления аналогичных продуктов:

В отрасли оптовой торговли, особенно в неспециализированных товарах, угроза появления аналогичных продуктов относительно низка, так

как товары часто являются стандартными и не имеют уникальных альтернатив. Однако, компания должна следить за изменениями в потребительских предпочтениях и рыночных трендах, чтобы адаптироваться к потенциальным изменениям в спросе.

3. Влияние поставщиков:

Отрасль оптовой торговли обычно имеет большое количество поставщиков, что снижает влияние отдельных поставщиков на цены и условия поставки. Однако, зависимость от ключевых поставщиков или ограниченность вариантов поставок может увеличить влияние поставщиков. Важно развивать долгосрочные отношения с поставщиками и диверсифицировать источники поставок.

4. Влияние покупателей:

В отрасли оптовой торговли часто существует большое количество покупателей, что ограничивает их влияние на цены. Однако, в случае больших оптовых клиентов, они могут иметь значительное влияние на условия сделок и цены. Важно поддерживать долгосрочные отношения с клиентами и уделять внимание их потребностям и предпочтениям.

5. Конкурентная борьба внутри отрасли:

Отрасль оптовой торговли обычно характеризуется высокой конкуренцией, так как множество компаний соревнуются за долю рынка. Для ООО «ЕВРОТЕК» важно иметь ясно определенные конкурентные преимущества, такие как качество обслуживания, ассортимент товаров и цены, чтобы удерживать и привлекать клиентов.

В целом, анализ «5 сил Портера» показывает, что отрасль оптовой торговли неспециализированными товарами характеризуется высокой конкуренцией, но у ООО «ЕВРОТЕК» есть ресурсы и возможности для успешной конкуренции и дальнейшего роста.

SWOT-анализ - это метод оценки перспектив развития компании с учётом ее сильных и слабых сторон, а также возможностей и угроз на рынке. В результате такого анализа выделяют внутренние и внешние факторы,

которые влияют на развитие бизнеса. SWOT-анализ позволяет увидеть реальную ситуацию в компании с учетом внешних угроз и возможностей. Он помогает воспользоваться изменениями конъюнктуры рынка и посмотреть, как сильные стороны предприятия обыграть с точки зрения маркетинга и продаж, чтобы они были более ценными для целевой аудитории. Также результаты анализа помогают компаниям принимать ключевые решения о смене направления развития, ребрендинге, запуске новых продуктов или услуг.

Таблица 2.7 - SWOT-анализ деятельности ООО «ЕВРОТЕК»

Сильные стороны	Слабые стороны
<p>1. Компания специализируется на качественных гидравлических и пневматических силовых установках и двигателях, что способствует укреплению репутации на рынке.</p> <p>2. Компания имеет устойчивые отношения с надежными поставщиками и клиентами, что обеспечивает ей стабильность в долгосрочной перспективе.</p>	<p>3. Как малое предприятие, у компании могут быть ограниченные финансовые и человеческие ресурсы, что ограничивает ее способность к масштабированию бизнеса.</p> <p>4. Компания может быть ограничена в ассортименте продукции, что снижает гибкость в удовлетворении разнообразных потребностей клиентов.</p>
Возможности	Угрозы
<p>5. Возможность развивать новые продукты или услуги для расширения клиентской базы и удовлетворения новых рыночных потребностей.</p> <p>6. Возможность усилить онлайн-присутствие для расширения географии продаж и увеличения объемов продаж.</p>	<p>7. Потенциальные изменения в законодательстве могут повлиять на регулирование отрасли и усложнить деятельность компании.</p> <p>8. Присутствие сильных конкурентов на рынке может создавать периодические вызовы в удержании рыночной доли и ценообразовании.</p>

Основная цель проведения SWOT анализа всегда заключается в выявлении сильных либо слабых сторон проекта. При этом также

высвечиваются и анализируются угрозы, способные помешать работе проекта, возможности, открывающиеся перед организаторами.

Таблица 2.8 - Результаты SWOT-анализа деятельности ООО «ЕВРОТЕК»

Сильные стороны - Возможности	Слабые стороны - Возможности
<p>1.5. Компания может использовать свою репутацию качественного производителя для разработки новых продуктов или услуг, расширяя свою клиентскую базу и удовлетворяя растущие потребности рынка.</p> <p>2.6. Устойчивые отношения с поставщиками и клиентами могут быть использованы для исследования новых рыночных возможностей и развития партнерских отношений.</p>	<p>3.5. Компания может использовать возможность развития новых продуктов или услуг, чтобы оптимизировать использование ограниченных ресурсов, сосредотачиваясь на наиболее перспективных областях.</p> <p>4.6. Развитие нового ассортимента продукции может помочь компании удовлетворить разнообразные потребности клиентов, уменьшая влияние ограниченного ассортимента.</p>
Сильные стороны - Угрозы	Слабые стороны - Угрозы
<p>1.7. Репутация качественного производителя может помочь компании удерживать клиентов в условиях увеличивающейся конкуренции и угроз изменений в законодательстве.</p> <p>2.8. Устойчивые отношения с надежными поставщиками и клиентами могут обеспечить компании более сильное позиционирование на рынке при конкуренции и в условиях угроз.</p>	<p>3.7. Потенциальные изменения в законодательстве могут оказать наибольшее влияние на компанию с ограниченными ресурсами. Для снижения этого влияния, компания может активно участвовать в диалоге с правительством и отраслевыми ассоциациями для защиты своих интересов.</p> <p>4.8. Угроза конкуренции может быть смягчена путем активного исследования и развития новых продуктов и услуг, предлагающих уникальные преимущества.</p>

Проведенный в таблицах 2.7, 2.8 SWOT-анализ позволяет компании осознать ее внутренние преимущества и недостатки, а также внешние возможности и угрозы. Благодаря устойчивости торговых и партнерских

отношений, существующих в компании, благодаря практически стабильному рынку сбыта, ООО «ЕВРОТЕК» имеет минимальные риски при открытии нового проекта оказаться в проигрышном положении. Предположительно, открытие новых направлений в компании будет способствовать значительному укреплению производства и при корректном расчете разработчиков проекта позволит укрепить слабые стороны производственного процесса.

Таким образом, в компании отмечается наличие явных перспектив для роста и последующего расширения производства. Впрочем, работа над снижением рисков и постоянное прогнозирование в данном случае представляют собой исключительную необходимость: оптимизация затрат и повышение качества работы с клиентами являются ключевыми и постоянными условиями благоприятного существования любого бизнес-проекта на современном рынке.

3 Разработка проекта по развитию нового бизнес-направления ООО «ЕВРОТЕК»

3.1 Планирование проекта по развитию нового бизнес-направления ООО «ЕВРОТЕК»

Грамотное планирование этапов нового проекта компании ООО «ЕВРОТЕК» предполагает успешную организацию производства пневматических и гидравлических силовых установок, двигателей.

В развитии бизнеса принципиально важным оказывается внедрение инноваций, так как своевременная модернизация механизмов управления в компании, обеспечивающая ей конкурентоспособность, напрямую зависит от улучшения существующих на производстве процессов и, следовательно, предоставляемых товаров и услуг. «Устойчивое положение многих компаний на рынке обеспечивается благодаря своевременному введению инновационных технологий в процесс производства, таким образом значительно растет конкурентоспособность»[14].

Предполагаемые цели нового проекта компании:

- 1) Создание обновленной производственной линии, позволяющей выпускать пневматические и гидравлические установки.
- 2) Достижение объема продаж около 150 млн рублей в первый год реализации проекта.
- 3) Существенное увеличение доли на рынке (10% в первый год, до 20% в перспективе трех лет).
- 4) Обеспечение выпуска наиболее качественной продукции среди конкурирующих фирм.

Для реализации поставленных в новом проекте компании целей требуется выполнение следующих задач:

- 1) Разработка и утверждение проектной документации, необходимой для реализации нового проекта.

2) Закупка и установка нового оборудования на занимаемой предприятием площади.

3) Набор и обучение профессиональных сотрудников.

4) Проведение маркетинговой кампании, призванной увеличить охваты на производстве.

5) Обеспечение получения лицензии на производство продукции, сертификация выпускаемых товаров.

Чрезвычайно важным этапом при реализации инновационного бизнес-проекта является анализ ресурсной базы компании, состоящих из следующих шагов:

1. Определение профессиональных ресурсов в сфере менеджмента.

- Проектный менеджер, отвечающий за реализацию проекта и дальнейшее управление его развитием, занимается принятием ключевых решений в создании новых структур в существующей компании. Его задачи состоят в управлении деятельностью всех участников, вовлеченных в создание проекта, обеспечение достижения цели проекта - основа его деятельности:

- Вовлечение в проектную деятельность инженерно-технических работников - специалистов, занимающихся контролем всех этапов технологического и производственного процесса;

- Инженеры могут включать в себя механиков, электронщиков, программистов и других специалистов, необходимых для проектирования, настройки и обслуживания оборудования;

- Рабочий персонал для производственной линии - это люди, которые будут физически выполнять производственные операции на линии. Они могут включать в себя операторов станков, сборщиков, монтажников и других специалистов, необходимых для производства конечной продукции;

- Маркетологи и специалисты по продажам - это люди, которые будут заниматься продвижением и продажей продуктов на рынке. Они будут

разрабатывать маркетинговые стратегии, проводить рекламные кампании, вести переговоры с клиентами и обеспечивать продажи;

- Юристы и специалисты по сертификации - это люди, которые будут заниматься правовыми и сертификационными вопросами. Они будут отвечать за соблюдение всех законов и нормативов, касающихся производства и продажи продуктов, а также за получение необходимых сертификатов и лицензий.

Итак, общее количество участников проекта, продемонстрированное в таблице 3.1 составляет 17 человек.

Таблица 3.1 - Количество участников проекта

Проектный менеджер	1 человек
Инженеры и технические специалисты	3 человека
Рабочий персонал для производственной линии	10 человек
Маркетологи и специалисты по продажам	2 человека
Юристы и специалисты по сертификации	1 человек

2. Анализ финансовых ресурсов также является критически важным этапом в процессе планирования проекта, поскольку он позволяет организациям определить и оценить финансовые ресурсы, необходимые для его успешной реализации.

Для успешного запуска производства гидравлических и пневматических силовых установок и двигателей необходимо выделить значительные средства на приобретение специализированного оборудования:

- Закупка гидравлических прессов, пневматических установок, станков с ЧПУ;

- Закупка запасных частей, инструментов и расходных материалов, которые могут потребоваться для обслуживания и ремонта оборудования.

Обучение и оплата труда персонала играют ключевую роль в успешном запуске и функционировании нового производственного направления.

Планируемые расходы:

- Обучение персонала по работе на новом оборудовании, технологическим процессам производства и стандартам качества;

- Средства на заработную плату персоналу, включая зарплату операторов оборудования, инженеров, менеджеров проекта и других сотрудников.

Для обеспечения финансовой устойчивости и возможности реагировать на непредвиденные обстоятельства необходимо выделить средства на резервный фонд:

- Расходы на страхование производственных рисков, ответственности перед клиентами и работниками, а также на страхование имущества и оборудования;

- Расходы на обеспечение ликвидности и финансовой устойчивости компании в случае непредвиденных обстоятельств или временных трудностей.

Таблица 3.2 - Бюджет по каждому пункту расхода этапа анализа финансовых ресурсов проекта

Пункт расхода	Наименование	Количество	Цена	Итого (руб.)
1. Подбор и приобретение оборудования	Гидравлические прессы	2 шт.	250 000 руб.	500 000
	Пневматические установки	3 шт.	100 000 руб.	300 000
	Станки с ЧПУ	4 шт.	500 000 руб.	2 000 000

2. Запасные части и инструменты	-	-	10% от стоимости оборудования	280 000
3. Обучение персонала	Внутреннее обучение	-	-	100 000
	Внешние тренеры и консультанты	-	-	200 000
4. Оплата труда	Зарплата операторов оборудования	5 чел.	50 000 рублей/месяц	2 500 000
	Зарплата инженеров	3 чел.	70 000 рублей/месяц	2 100 000
	Зарплата менеджера проекта	1 чел.	100 000 рублей/месяц	1 000 000
	Зарплата других сотрудников	10 чел.	40 000 рублей/месяц	4 000 000
5. Непредвиденные затраты	-	-	5% от общего бюджета	664 000
6. Страхование	Страхование производственных рисков	-	-	150 000
	Страхование ответственности	-	-	100 000
	Страхование имущества и оборудования	-	-	50 000
7. Финансовая устойчивость	Резервный фонд	-	5% от общего бюджета	664 000
Общий бюджет проекта				14 608 000

Исходя из данных таблицы 3.2, общий бюджет проекта на развитие нового бизнес-направления составляет 14 608 000 рублей.

3. Этап анализа материальных ресурсов в проекте играет ключевую роль, поскольку он обеспечивает успешную реализацию проекта, оптимизирует использование ресурсов, предотвращает недостатки и задержки, управляет рисками, определяет бюджет и улучшает качество продукции или услуг, обеспечивая тем самым эффективное выполнение проекта и достижение его целей. Материальные ресурсы включают в себя следующие пункты:

- Производственное помещение - для производства гидравлических и пневматических установок и двигателей необходимо помещение с определенными характеристиками, такими как: площадь, высота потолков, инфраструктура, безопасность.

- Оборудование и инструменты для производства - включает в себя все необходимое оборудование и инструменты для производства гидравлических и пневматических установок и двигателей. Примеры оборудования и инструментов могут включать: гидравлические прессы и станки для формовки и сборки компонентов, пневматические инструменты для сборки и обработки деталей, оборудование для испытания и контроля качества продукции, подъемные механизмы и транспортные средства для перемещения материалов и готовой продукции, инструменты для обслуживания и ремонта оборудования.

- Сырье и комплектующие для изготовления установок - металлические и пластиковые заготовки, гидравлические и пневматические элементы, электронные компоненты и датчики, масла, смазки и химические реагенты для обработки и сборки.

- Информационные системы для управления проектом и производственными процессами - системы управления производством, системы автоматизации производства, системы управления проектами.

Все эти материальные ресурсы играют ключевую роль в успешной реализации проекта по производству гидравлических и пневматических установок и двигателей, обеспечивая эффективное функционирование производственного процесса.

4. Далее идет этап разработки графика проекта, который играет важную роль в управлении проектом. В рамках этого этапа определяются последовательность и сроки выполнения задач, а также взаимосвязи между ними. Разработка графика позволяет оптимизировать распределение ресурсов, выявить критические пути и задачи. График проекта помогает команде и заинтересованным сторонам понять хронологию выполнения работ, предотвратить задержки и конфликты ресурсов, а также обеспечить более эффективное управление проектом в целом.

Таблица 3.3 - Сроки реализации проекта

Этап	Задачи	Сроки
Подготовительный этап	Анализ рынка и определение целевой аудитории.	4 недели
	Разработка проектной документации.	2 недели
	Определение поставщиков и проведение тендеров.	2 недели
Закупка и установка оборудования	Закупка производственного оборудования	6 недель
	Монтаж и наладка оборудования	4 недели
	Проведение тестовых запусков	2 недели
Набор и обучение персонала	Подбор и прием на работу квалифицированного персонала	4 недели

	Проведение обучения и тренингов	3 недели
	Подготовка рабочих мест и адаптация сотрудников	1 неделя
Производственный запуск	Запуск производственной линии	2 недели
	Производство первых партий продукции	2 недели
	Внутреннее тестирование качества продукции	2 недели
Маркетинговая подготовка и продвижение	Разработка маркетинговой стратегии	2 недели
	Создание рекламных материалов	1,5 недели
	Запуск рекламных кампаний и продвижение продукции	2 недели
Коммерческая эксплуатация	Продажи продукции	Постоянно
	Мониторинг удовлетворенности клиентов	
	Регулярное обновление и улучшение продукции	
Итого		10 месяцев

Итак, исходя из данных таблицы 3.3 проект предполагает 10-месячный цикл, включающий подготовительный этап, закупку и установку оборудования, набор и обучение персонала, производственный запуск, а также маркетинговую подготовку. Каждый этап имеет свои собственные задачи и подэтапы, необходимые для успешной реализации проекта. Важно строго соблюдать установленные сроки и контролировать выполнение задач, чтобы избежать задержек и обеспечить успешное завершение проекта, после чего он перейдет в фазу коммерческой эксплуатации.

Для успешного управления проектом необходимо организовать проектную команду, включающую проектного менеджера, который будет координировать все этапы, а также рабочие группы по ключевым направлениям, таким как производство, маркетинг, продажи и качество. Для гибкого управления процессами рекомендуется использовать методы Agile и Scrum, проводить регулярные совещания и отчеты по прогрессу, а также воспользоваться системой управления проектами.

Контроль и оценка проекта осуществляются через регулярный мониторинг ключевых показателей эффективности (KPI), проведение промежуточных и итоговых оценок, а также внесение корректив в план проекта при необходимости. Важно поддерживать постоянное внимание к выполнению задач и достижению поставленных целей для успешной реализации проекта.

Планирование проекта по развитию нового бизнес-направления в ООО «ЕВРОТЕК» является ключевым этапом для достижения поставленных целей. Тщательный анализ ресурсов, разработка четкого графика и управление проектом с учетом возможных рисков обеспечат успешное внедрение нового направления. Регулярный мониторинг и адаптация стратегии помогут компании достигнуть устойчивого роста и укрепить свои позиции на рынке.

3.2 Оценка рисков и возможностей проекта

В современном бизнесе ключевым фактором успеха является способность компаний адаптироваться к изменяющимся рыночным условиям и постоянно совершенствовать свою деятельность. В этом контексте внедрение новых бизнес-направлений становится стратегическим шагом, направленным на расширение ассортимента продукции, увеличение конкурентоспособности и удовлетворение потребностей клиентов. В данном разделе проведена оценка рисков и возможностей проекта по разработке нового бизнес-направления в ООО «ЕВРОТЕК» – производство

гидравлических и пневматических силовых установок и двигателей. Целью анализа является выявление потенциальных угроз и преимуществ данного проекта, что позволит компании принять обоснованные решения и успешно реализовать его.

При разработке любого проекта важно учитывать возможные риски, которые могут повлиять на его успешное выполнение. Анализ и понимание потенциальных угроз помогают эффективно планировать и принимать меры по их минимизации.

При проведении анализа можно выделить следующие риски.

Технические риски могут возникнуть в процессе разработки и производства новых продуктов, приводя к проблемам с техническими спецификациями, качеством и надежностью. Такие проблемы могут вызвать задержки в производстве и дополнительные затраты на исправление проблем.

Финансовые риски могут проявиться в виде превышения бюджета, нехватки финансирования или низкой прибыльности из-за неожиданных расходов, низкого спроса на рынке или конкуренции. Это может угрожать финансовой устойчивости компании и вызвать финансовые потери.

Риски рынка связаны с возможным отсутствием спроса на новые продукты из-за недостаточной конкурентоспособности, ошибок в ценообразовании или изменений в потребительских предпочтениях. Это может привести к низкой загрузке производственных мощностей и низкой прибыльности.

Кадровые риски могут возникнуть из-за нехватки квалифицированных специалистов для проектирования, производства и маркетинга новых продуктов. Это может замедлить процесс внедрения нового бизнес-направления и повлиять на его успех.

Юридические риски могут возникнуть в связи с нарушением законодательства в области патентов, лицензий, стандартов качества и других юридических аспектов производства и продажи новых продуктов. Это может привести к судебным искам, штрафам и утрате репутации.

Эти риски могут возникнуть из-за изменений в экономической ситуации, конкурентной среде, технологических требованиях, законодательстве и отношениях с контрагентами.

Управление рисками требует разработки эффективной стратегии риск-менеджмента, которая включает в себя мониторинг, анализ и управление рисками, а также разработку контрмер и стратегий управления кризисными ситуациями.

В условиях динамично развивающегося рынка и быстро меняющейся технологической среды, ООО «ЕВРОТЕК» сталкивается с множеством возможностей, открывающих перед ним перспективы для успешного развития и укрепления своих позиций на рынке.

Основные возможности, которые компания может использовать в своих стратегических планах, включают:

- Высокий спрос на гидравлические и пневматические установки и двигатели в различных отраслях, таких как промышленность, строительство, сельское хозяйство и автомобильная промышленность, открывает возможности для роста и расширения бизнеса;
- Внедрение новых технологий в производственные процессы может повысить эффективность производства, качество продукции и конкурентоспособность на рынке;
- Разработка новых продуктов позволит компании расширить свой ассортимент и увеличить долю рынка, что снизит риск от зависимости от отдельных продуктов или рынков;
- Возможность установления партнерских отношений с другими компаниями, поставщиками и дистрибьюторами может способствовать расширению рынка сбыта и увеличению общего объема продаж.

Правильное управление рисками и использование возможностей может помочь компании успешно внедрить новое бизнес-направление и добиться его устойчивого развития на рынке.

Эффективность проекта по развитию нового бизнес-направления, связанного с производством гидравлических и пневматических силовых установок и двигателей, играет ключевую роль в долгосрочной стратегии роста ООО «ЕВРОТЕК». Проект открывает перед компанией значительные перспективы для проникновения на новые рынки и увеличения доли на существующих.

В современных условиях, когда технологический прогресс и потребительские предпочтения быстро меняются, внедрение нового бизнес-направления требует не только инновационных подходов к производству, но и гибкости, адаптивности и умения быстро реагировать на изменения рыночной среды.

Эффективность данного проекта можно продемонстрировать следующими показателями.

Ожидаемый годовой прирост прибыли от внедрения нового бизнес-направления может составить от 10% до 20% от общей выручки компании. Например, при общей выручке компании в 10 миллионов рублей в год, прибыль от нового бизнес-направления может составить от 1 до 2 миллионов рублей. Также новое бизнес-направление позволит снизить зависимость от отдельных продуктов или рынков и уменьшить риск потери прибыли. Например, если доход от основного бизнеса составляет 80% от общей выручки, то новое направление может дополнительно приносить 20% выручки, снижая таким образом долю риска.

После внедрения нового бизнес-направления ожидается увеличение доли рынка на 5-10%, что приведет к увеличению общей выручки компании. Например, если рыночная доля компании составляет 15%, то внедрение нового бизнес-направления может увеличить ее до 20-25%. А также планируется укрепление репутации компании как надежного и инновационного производителя, что приведет к повышению доверия клиентов и партнеров, что может способствовать привлечению новых клиентов и заключению выгодных контрактов.

Оптимизация производственных процессов и использование новых технологий позволит сократить затраты на производство и управление на 5-10%, что приведет к увеличению прибыли компании. Например, если текущие затраты на производство составляют 5 миллионов рублей в год, то сокращение на 5-10% может привести к экономии от 250 000 до 500 000 рублей в год.

Эти значения являются приблизительными и могут изменяться в зависимости от конкретных условий рынка, характеристик продукции и стратегии компании.

Проведенный анализ рисков и возможностей внедрения нового бизнес-направления позволяет сделать ряд важных выводов. Несмотря на возможные трудности и препятствия, связанные с техническими, финансовыми, рыночными, кадровыми и юридическими аспектами проекта, преимущества его реализации значительно превышают потенциальные риски. Ожидается успешное развитие компании, так как имеющиеся данные позволяют спрогнозировать как рост прибыли компании, так и значительное улучшение ее репутации в современных рыночных условиях. Обновленные пути экономии ресурсов компании также позволят значительно улучшить процесс производства. ООО «ЕВРОТЕК» при грамотном прогнозировании и учете имеющихся возможностей покажет себя на рынке как долгосрочно успешная компания, все больше укрепляющая лидерские позиции.

Заключение

Укрепление существующих позиций компании ООО «ЕВРОТЕК» в современных рыночных условиях окажется весьма эффективным благодаря особенностям нового бизнес-направления. Диверсификация деятельности, осуществляемой компанией, оказывается принципиально важным этапом при реализации проекта. При этом характерно расширение ассортимента предлагаемых товаров компании, что, в свою очередь, способствует ускоренному и благоприятному развитию. Важно отметить, что управление рисками вместе с применением усиленного механизма планирования в данном случае окажется залогом успешной реализации проекта.

На сегодняшний день многие компании стремятся работать в долгосрочной перспективе. Для долговременного развития и роста прибыльности компании чрезвычайно важным окажется учет развития новых направлений бизнеса, который позволит как спрогнозировать результаты применения той или иной тактики, так и найти правильный подход в развитии компании и ее адаптации к текущей ситуации на рынке.

Успешность реализации проекта компании ООО «ЕВРОТЕК» напрямую зависит от ресурсной базы и возможностей, обеспечиваемых на пути развития. Поскольку данная компания характеризуется как обладающая в достаточной мере гибкой структурой управления, а коллектив в ней состоит из профессиональных работников, ее финансовое положение находится в стабильном положении. Впрочем, контроль рисков вместе с детальным планированием будет являться крайне важным для реализации новых бизнес-направлений.

Для достижения поставленных целей компании ООО «ЕВРОТЕК» важно интегрировать различные методы планирования и развертывания новых бизнес-стратегий. Только в таком случае компания сможет благополучно закрепиться в условиях современного рынка и стать лидирующей по конкурентоспособности и прибыли. Не менее важными для компании также

будут являться инновации связанные с созданием новых продуктов, это позволит привлечь существенно большее количество клиентов и приведет проект к значительному развитию и выдающимся результатам.

Таким образом, при анализе рисков и возможностей нового бизнес-проекта компании ООО «ЕВРОТЕК» было установлено, что потенциальные риски при реализации проекта окажутся минимальны, проект может быть охарактеризован как перспективный. Благодаря своевременному учету возможностей и ограничений современной рыночной среды ООО «ЕВРОТЕК» в перспективе с большой вероятностью сможет достичь гарантированного развития.

Список использованной литературы

1. Баширова, М. М. Технология управления проектами и проектными командами на основе методологии гибкого управления проектами / М. М. Баширова // Наука: общество, экономика, право. – 2020. – № 2. – С. 178-183. – DOI 10.34755/IROK.2020.64.29.068.
2. Бендерская, О. Б. Новое направление экономического анализа: бизнес-анализ / О. Б. Бендерская, И. И. Костарная // Белгородский экономический вестник. – 2020. – № 3(99). – С. 147-152.
3. Винтер, К. А. Проблемы выявления возможностей в стратегическом менеджменте / К. А. Винтер, Ю. В. Журов // Перспективные треки использования цифровых технологий и инноваций в практике корпоративного управления : Сборник научных статей Всероссийской (национальной) научно-практической конференции «Инновации в управлении социально-экономическими системами» (RCIMSS-2023), Москва, 30 марта 2023 года. Том 14. – Москва: Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова, 2023. – С. 85-87.
4. Волошин, Е. В. Внутреннее предпринимательство. Почему корпорации ищут предпринимателей для развития бизнес-направлений и продуктов? / Е. В. Волошин // Russian Economic Bulletin. – 2021. – Т. 4, № 4. – С. 144-148.
5. Грачев С. А., Гундорова М. А. БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЕ / Грачев С. А., Гундорова М. А. — . — Владимир: Изд-во ВлГУ, 2023 — 460 с.
6. Дадашев, Э. Р. Этапы бизнес планирования для усовершенствования методов развития малого и среднего бизнеса / Э. Р. Дадашев // Вестник науки и образования. – 2020. – № 24-4(78). – С. 9-13.
7. Дементьева, А. Г. Стратегический менеджмент : Учебник для студентов и магистрантов, обучающихся по управленческим специальностям / А. Г. Дементьева, М. И. Соколова. – Москва : ООО «Издательство МАГИСТР», 2023. – 512 с.

8. Захаров, А. К. Инновационный менеджмент как одно из направлений стратегического менеджмента / А. К. Захаров // Классический и стратегический менеджмент коммерческой деятельности в условиях масштабных санкций. Тенденции и перспективы : Сборник научных статей Национальной Всероссийской научно-практической конференции «Классический и стратегический менеджмент коммерческой деятельности в современных условиях» (CSMCA-2023), Москва, 15 мая 2023 года. Том 4. – Москва: Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова, 2023. – С. 250-258.

9. Каралидзе, Г. В. Система управления проектами как инструмент управления реализацией стратегических целей / Г. В. Каралидзе, О. М. Залученова // Австрийский журнал гуманитарных и общественных наук. – 2021. – № 1-2. – С. 44-52. – DOI 10.29013/AJH-21-1.2-44-52.

10. Кудина М.В. – Финансовый менеджмент: Учебное пособие / М.В. Кудина. – 2-е изд. – М.: ИД ФОРУМ: НИЦ Инфра-М., 2020.-256с.

11. Кустова, Ю. Ю. Место управления проектами в системе стратегического управления компании / Ю. Ю. Кустова // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2020. – № 5-3(63). – С. 58-61. – DOI 10.24411/2411-0450-2020-10477.

12. Маркарьян Э. А. Финансовый анализ / Э. А. Маркарьян, Г. П. Герасименко. - М.: ПРИОР, 2021. - 268 с.

13. Медведенко, О. В. Деструктивное бизнес-поведение: понятие, характеристика, направления / О. В. Медведенко // Russian Studies in Law and Politics. – 2020. – Т. 4, № 3. – С. 54-60.

14. Мусаева, А. К. Сущность и содержание управления проектами, цель и критерии управления проектом / А. К. Мусаева // Вестник научных конференций. – 2020. – № 6-2(58). – С. 132-133.

15. Прохорова, В. В. Корпоративная стратегия: сущность, этапы и особенности разработки / В. В. Прохорова, К. А. Соболева // За нами будущее: взгляд молодых ученых на инновационное развитие общества : сборник научных

статей 2-й Всероссийской молодежной научной конференции, Курск, 04 июня 2021 года. Том 1. – Курск: Юго-Западный государственный университет, 2021. – С. 238-242.

16. Роль менеджмента в развитии стратегического менеджмента / Т. Д. Бакинова, П. Д. Бакинов, Э. Д. Лиджиева, И. Б. Стакиева // Экономический рост: управление и организация : Материалы Национальной научно-практической конференции, посвященной памяти доктора экономических наук, профессора З.Н. Босчаевой, Элиста, 12 мая 2022 года / Редколлегия: С.Б. Болдырева [и др.]. – Элиста: Калмыцкий государственный университет имени Б.Б. Городовикова, 2022. – С. 40-44.

17. Семенова, Д. М. Управление рисками проектов в гибких методологиях управления проектами - Agile / Д. М. Семенова, С. А. Кудрявцев, Е. А. Татищева // Современный город: власть, управление, экономика. – 2022. – Т. 1. – С. 179-185. – DOI 10.15593/65.049-66/2022.20.

18. Степанов М. М. Модель выбора новых бизнес-направлений для малого предприятия в условиях макроэкономической нестабильности / Степанов М. М. // Альманах Крым. — 2023. — № 37. — С. 30-36.

19. Стратегический менеджмент и стратегический анализ : Учебно-методическое пособие для магистрантов очной и заочной формы обучения по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент». – Москва : Академия социального управления, 2022. – 56 с.

20. Тема 1. Основы управления проектами, управление содержанием проекта // Управление проектами в цифровую эпоху : практикум / Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Тюменский государственный университет, Финансово-экономический институт. – Тюмень : ТюмГУ-Press, 2023. – С. 7-10.

21. Терентьев, А. В. Концепция проектирования и конструирования базового алгоритма процесса бизнес-планирования в организациях малого и среднего бизнеса / А. В. Терентьев, Ю. Н. Поляков // Менеджмент: теория и практика. – 2020. – № 1-3. – С. 99-105.

22. Умнов, В. А. Риски в современном бизнесе: основные виды, причины и направления снижения / В. А. Умнов // Вестник ГГУ. – 2023. – № 2. – С. 383-393.
23. Шарко, Е. Р. Направления развития инновационного бизнеса / Е. Р. Шарко // Экономические и социальные проблемы России. – 2020. – № 1(41). – С. 35-49. – DOI 10.31249/espr/2020.01.02.
24. Шильдт, Л. А. Особенности классического проектного управления и гибких методологий в управлении проектами / Л. А. Шильдт, Н. Б. Гареева // Евразийский юридический журнал. – 2022. – № 3(166). – С. 488-490.
25. Аудит компании «ЕВРОТЕК» — URL: https://www.audit-it.ru/contragent/1117847018190_ooo-evrotek (дата обращения: 12.02.2024).
26. Ключевые сведения компании «ЕВРОТЕК» от ФНС — URL: <https://checko.ru/company/evrotek-1117847018190?ysclid=lw8du5775n769921788> (дата обращения: 01.03.2024).
27. Отчетность компании «ЕВРОТЕК» — URL: <https://sbis.ru/contragents/7816504693/781601001?ysclid=lw8dnktrdx586654455> (дата обращения: 20.04.2024).
28. Официальный сайт компании «ЕВРОТЕК» — URL: <https://eurotechspb.com/> (дата обращения: 15.02.2024).
29. Проверка компании «ЕВРОТЕК» от Генеральной прокуратуры РФ — URL: <https://complan.pro/organization/1117847018190-evrotek?ysclid=lw8dp1fha3453079514> (дата обращения: 11.04.2024).
30. Финансовый отчет компании «ЕВРОТЕК» — URL: <https://complan.pro/organization/1117847018190/extra/finances> (дата обращения: 21.03.2024).